

УДК 338.439:339.13

Ю. М. Хвесик,  
кандидат економічних наук

# МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДОВОЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ВНУТРІШНЬОМУ ТА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКАХ

*Поглиблено методологію дослідження конкурентоспроможності продовольчої продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках. Визначено тенденцію та характер процесів економічного розвитку регіону з погляду інтересів конкуренції. Виявлено фактори формування систем розвитку продовольчого ринку регіону на основі підвищення його конкурентоспроможності.*

*Methodology of research of competitiveness of food products is deep at the internal and oversea markets. A tendency and character of processes of economic development of region is certain from point of interests of competition. The factors of forming of the systems of food market development of region are exposed on the basis of increase of his competitiveness.*

## ВСТУП

У сучасних економічних умовах ринок продовольства не можна розглядати без урахування особливостей конкурентної боротьби на внутрішньому і зовнішньому ринку, орієнтації економіки на конкурентоспроможність та забезпечення умов цього процесу за специфікою регіональних відносин і загальних закономірностей національного розвитку.

## АНАЛІЗ ОСТАННІХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Проблеми конкурентоспроможної діяльності висвітлені в працях В.Д. Андріанова, С.Ю. Глазьева, Б.М. Данилишина, С.І. Дорогунцова, Л.В. Дейнеко, А.В. Єнгібарова, М.І. Захматова, С.Г. Камолова, Є.Г. Кочетова, М.А. Кравця, Д.М. Крука, А.С. Лисецького, А.А. Мальцева, В.Н. Мосіна, Б.М. Мочалова, В.І. Пили, Б.П. Плишевського, В.А. Смирнова, Ю.В. Токарева, І.П. Фамінського, М.І. Фашевського, Е.Б. Фігурнова, О.М. Цигичко, А.Г. Чернюк, В.С. Яцкова та інших учених-економістів. Взаємозв'язок стратегії маркетингу і методів ціноутворення на вироблену продукцію досліджують у своїх роботах С. Анікеєв, Ю.Б. Ємелін, А.Г. Рибалко, А.Л. Шашкін, Е. Маца та інші економісти.

## ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

— поглибити методологію дослідження конкурентоспроможності продовольчої продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках;

— визначити тенденції та характер процесів економічного розвитку регіону з погляду інтересів конкуренції;

— виявити фактори формування систем розвитку продовольчого ринку регіону на основі підвищення його конкурентоспроможності.

## РЕЗУЛЬТАТИ

Мета державного регулювання економіки щодо розділених об'єктів управління (монопольного і конкурентного секторів) не розподіляється, а виявляється однорідно. Фактором цієї однорідності вважаємо реалізацію необхідного рівня конкурентоспроможності продукції, що поділяється на рівні вторинних цілей формування конкуренції:

1. На внутрішньому ринку — з метою забезпечення однорідності якісного (фактично забезпечена техніко-економічна якість продукції) рівня в логістичному ланцюзі формування продукту для кінцевого споживача.

2. На зовнішньому ринку — з метою забезпечення економічно доцільного експортно-імпортного балансу за рахунок розвитку конкурентоспроможності вітчизняного товару відносно закордонного.

Особливістю розвитку продовольчого ринку України є виникнення протиріч між конкурентоспроможністю як конкурентним потенціалом та виявом конкурентоспроможності у вигляді можливості використовувати обмежені конкурентні

переваги окремого регіону. Конкурентні переваги регіонального продовольчого ринку України можуть виявлятися не тільки всередині країни та між її регіонами, а й орієнтуватися на участь у світогосподарських відносинах. Обсяги виробництва формуються не тільки на основі потреб власного регіону, але й для потреб інших регіонів країни. При цьому економічний розвиток включає певний набір стратегій: нарощування взаємного товарообороту між регіонами як спільну логіку поведінки цих регіонів; стратегію поглибленого проникнення в економіки взаємодіючих регіонів, що виявляється в завоюванні потенційних споживачів товарів і в зв'язку з цим у виникненні нових сегментів регіонального ринку; стратегію розширення використання конкурентних переваг шляхом наближення ресурсів до місць купівлі товарів та, навпаки, наближення купівлі товарів до ресурсів їх створення.

В ринкових умовах роль регіонального продовольчого ринку в продуктозабезпеченні місцевого населення визначається: рівнем виробництва продукції, її конкурентоспроможністю на внутрішньому та зовнішньому продовольчих ринках, платоспроможністю населення та рівнем його самозабезпечення, регульованим впливом органів влади.

Центральним моментом у дослідженні особливостей конкурентоспроможності продукції слід визнати виявлення критеріїв, що справляють на неї вплив. Найважливішим у цьому відношенні дослідженням є робота американського вченого М. Портера, проведена ним на основі багаторічної практики. Критеріями переваги в міжнародній конкуренції він вважає наявність великого і постійного експорту в значний ряд країн і/або істотний вивіз капіталу, виділяє чотири основні детермінанти конкурентних переваг ("ромб детермінантів"): факторні умови, стратегія фірм, споріднені чи підтримуючі галузі й параметри попиту, причому кожний детермінант впливає на всі інші.

Відповідно до досліджень стан конкуренції на визначеному ринку можна охарактеризувати п'ятьма конкурентними силами:

1. Суперництво серед конкуруючих продавців.
2. Конкуренція з боку товарів, які є заміниками і конкурентними з погляду ціни.
3. Загроза появи нових конкурентів.
4. Економічні можливості й торговельні здібності постачальників.
5. Економічні можливості й торговельні здібності покупців.

Боротьбу конкурентних взаємодій фірм на регіональному продовольчому ринку можна здійснювати в такий спосіб:

1. Суб'єкти продовольчого ринку (окремі фірми) борються за вигіднішу ринкову позицію на продовольчому ринку. Ця боротьба виявляється у прагненні кожного з них завоювати свого постій-

ного клієнта, що цілком можливо на регіональному ринку.

2. Конкуруючі фірми винаходять конкурентні стратегії і шляхи для реалізації цих стратегій (наприклад, гнучка цінова політика, біопродовольство та ін). Фірми обмежені в основному своїм розумінням про те, що і як спрацює на цьому ринку і що взагалі є юридично законним внаслідок сучасної недосконалості чинного законодавства.

3. Свіжий конкурентний поштовх здійснюється час від часу одним або багатьма суперниками, які поновлюють свої стратегії завоювання нових ніш продовольчого ринку для поліпшення своїх позицій або з метою захисту вже завойованої переваги.

4. З багатьох міркувань фірма має вагомі причини вибирати конкурентні стратегії, що однаковою мірою не можуть бути продубльовані. Пропонуючи покупцям щось таке, що не може бути швидко, легко або дешево продубльовано, фірма здобуває гарний ринковий успіх (випуск нової якісної продукції, зручна розфасовка, високоякісна упаковка);

5. Міжфірмове суперництво може скінчитися як успіхом, так і програшем.

6. Акції і контракції фірм суперників, в остаточному підсумку виливаються в створення нових умов попиту-пропозиції або в реагування на умови продовольчого регіонального ринку, що створилися.

Описані вище ознаки міжфірмової конкурентної боротьби відтворюють картину "гри", яку розігрують фірми на конкурентній арені (центральний ринг). Кожна конкуруюча фірма намагається сформулювати ринкову стратегію — стратегію, що, будучи розіграна, принесе той чи інший успіх у вигляді бажаної переваги над суперниками [1, с. 67]. Основними складовими конкурентної стратегії фірм на регіональному продовольчому ринку нами визначено такі: сили конкуренції, обумовлені загрозою з боку товарів-замінників; сили конкуренції обумовлені появою нових конкурентів; здатність постачальників диктувати власні умови.

На центральному рингу діють сили конкуренції, обумовлені загрозою з боку товарів-замінників. Так, фірми, що належать до однієї й тієї ж галузі, перебувають у конкурентній боротьбі з фірмами в інших галузях через те, що їхня продукція є повноцінним заміником. Конкурентні сили, що виникають унаслідок наявності тісних заміників товару, "зіштовхують" продавців. При цьому виникають такі особливості забезпечення конкурентоспроможності продовольчої продукції на регіональному ринку: по-перше, ціни і доступність товарів-замінників створюють найвищий рівень цін для виробника, причому найвищий рівень цін лімітує потенційну величину прибутку; по-друге, виробник товару може виділити товар якістю, зменшити ціни шляхом зменшення витрат

або іншим способом диференціювати свій продукт від заміників; по-третє, конкуренція з боку заміників залежить від того, наскільки легко покупці можуть віддати перевагу замінику.

Сили конкуренції, обумовлені появою нових конкурентів, визначаються наявністю достатньої виробничої потужності і прагненням забезпечити собі відповідне місце й ринкову частку. Серйозність загрози з боку можливої появи на ринку нового конкурента, залежить від двох груп факторів: бар'єри для входження й очікувана реакція фірм на новостворені фірми, що входять у галузь, зокрема продовольчу.

При цьому сила впливу на виробників товару сильніша, коли:

- на ринку є лише кілька покупців, і вони закупають товар у великій кількості;
- обсяг споживання — це значний відсоток від усіх продажів у галузі;
- на ринку представлена велика кількість дрібних продавців;
- товари на ринку є більш-менш стандартизованими, і споживачі легко можуть знайти альтернативний варіант покупки, а вартість їх переходу до нового продавця практично дорівнює нулю;
- товар, що купується, не є важливою складовою комплектуючих виробів покупця;
- покупцеві вигідніше закуповувати товар у декількох фірм, ніж в одній;
- товар або послуга, що купуються, не заощаджують гроші покупцеві.

Аналогічно особливістю забезпечення конкурентоспроможності на регіональному продовольчому ринку є здатність постачальників диктувати свої умови. Конкурентний вплив з боку постачальників, що може мати місце в галузі, головним чином, залежить від того, наскільки важливою є складова витрат для покупця. Продавці мають перевагу в таких ситуаціях:

- коли постачання даного товару так чи інакше важливе для покупця;
- на ринку представлені кілька великих фірм-постачальників, що мають досить міцні позиції, і рівень конкуренції між ними невисокий;
- продукція, що поставляється, унікальна. За цих умов покупцеві занадто дорого переключатися з одного продавця на іншого.

Особливостями конкурентоспроможності продукції на внутрішньому та зовнішньому продовольчому ринках є те, що конкурентоспроможність продукції оцінюється протягом відносно короткого проміжку часу, який визначається її життєвим циклом, розглядається щодо окремих її видів та визначається самими покупцями. Досягнення виходу товарів на зовнішній ринок має забезпечуватися за рахунок:

- інтеграції зусиль по підвищенню якості і доведення витрат до необхідного рівня на всіх ета-

пах життєвого циклу товару;

- цілеспрямованого використання потенційних можливостей виробу при модернізації і пристосуванні продукції до вимог ринку;
- створення принципово нових виробів для задоволення нових потреб, орієнтації на нові технології і т.д.

Як показує світовий досвід, у забезпеченні конкурентоспроможності, особливо на зовнішніх ринках, досить помітну роль відіграє активна політика держави. Стратегічний напрямок її діяльності і безпосередньо виробників полягає в створенні конкурентних переваг над економіками країн-суперниць.

З переходом до ринку регіональні системи починають виконувати функції економічно самостійних суб'єктів ринкових відносин, а саме: узгодження і захист регіону всередині країни та за її межами; посилення конкурентних позицій регіону шляхом залучення інвесторів і узгодження економічної структури; створення умов, що сприяють розвитку малого та середнього бізнесу, а також стабілізації та розширенню виробничих можливостей державної та муніципальної власності; створення системи регіональних пільг та гарантій для діяльності підприємницьких, комерційних структур та інвесторів; нарощення зовнішньоекономічного потенціалу і розширення торговельно-економічних зв'язків регіонів. Дані функції сприяють формуванню соціально-економічного та правового середовища, що гарантовано підвищує конкурентоспроможність регіону.

У ринковому просторі країни переплітаються інтереси всіх регіонів, і перевагу одержує лише той, у якого найсильніші конкурентні позиції. Кожний регіон поза централізовано прийнятими рішеннями покликаний оцінити свої конкурентні позиції для того, щоб зробити їх надбанням суб'єктів ринку. У цьому випадку виявляється посилена конкурентна боротьба за вихід на світовий ринок, яка враховує міжрегіональну конкуренцію всередині країни.

Аналіз зазначених вище сил конкуренції та складових стратегій забезпечення конкурентоспроможності продовольчого ринку є початковим етапом формування стійкої конкурентоспроможної системи. Вивчення параметрів служить вихідною базою оцінки конкурентоспроможності конкретної продукції.

Важливо розглянути особливості конкурентоспроможності товарних ринків (а конкретно — продовольчого ринку) з позиції їх значущості в конкретних умовах функціонування економіки України та її регіонів. Сучасною тенденцією розвитку світової торгівлі і міжнародного поділу праці вважається випереджальне зростання міжнародної торгівлі над зростанням виробництва.

Динамізм торгівлі і підвищення її значення у світовій економіці обумовлені об'єктивним проце-

сом глобалізації і масштабністю конкуренції на світових ринках. Значне поширення конкуренції прискорило процес переходу світової економіки від принципів торгівлі на основі порівняльних переваг до боротьби за правилами конкурентних переваг.

В основі нових принципів лежить підхід, відповідно до якого сировинна спеціалізація країни та її інтеграція у світове господарство за схемою: "експорт сировини — імпорт продовольчих товарів" призводить до неефективного зовнішньоекономічного обміну і постійного відставання в рівні економічного розвитку. Це пов'язано з особливостями ціноутворення на вироби і сировинну продукцію. Основою першого виду продукції є інтелектуальна рента, яка утворюється внаслідок конкурентної переваги на використання нововведень і служить джерелом фінансування подальших науково-технічних розробок. У другому випадку — природна рента, яка спрямовується на поточні фінансові витрати по оплаті устаткування для вироблення продовольчої продукції, і лише незначна частка йде на інвестиційні потреби.

Регіони України, що претендують на зайняття ніші торговельного простору світу, мають враховувати ступінь науково-технічного розвитку своєї держави і також — сформований, хоча й постійно мінливий в умовах жорсткої конкуренції розподіл місць, роль груп і окремих країн світу [2, с. 122].

Слід зазначити, що оцінка продовольчого ринку продукції з позицій його сучасного існування не дає поки що підстав говорити про достатність і можливість утримання конкурентних переваг, що є в країні.

Аналіз становища країни у світовій економіці в цілому свідчить про існування негативних тенденцій у реалізації наявного зовнішньоекономічного продовольчого потенціалу, що є загальним фоном формування конкурентоспроможності продукції. За роки ринкових реформ питома вага країни в світовому ринку експорту скоротилася порівняно з передреформним періодом з 5 до 1,7%. Крім того, за основними макроекономічними показниками, Україна відстала від провідних країн світу на 15—20 років [3, с. 111].

Тенденції, що відбуваються в економіці країни, відбилися і на становищі продовольчого ринку. Темпи нарощування виробництва основних видів продовольчих товарів низькі. Виробничому потенціалу, від якого залежить продовольчий ринок, властиві технічна і технологічна відсталість, високі ресурсомісткість і енергоємність промислового сектора, що справляє значний негативний вплив на рівень витрат виробництва.

Основою забезпечення конкурентоспроможності України на світовому ринку є її науково-технічний потенціал. На фоні загальносвітової тенденції розвитку державами свого науково-технічного потенціалу в Україні ця тенденція не підтримується.

Таким чином, усе це обумовило низький рівень конкурентоспроможності України та її регіонів.

З даних позицій очевидно є тенденція, аналіз якої дозволяє віднести українські регіони до ресурсної ніші світового ринкового простору, а саме: до ринку по торгівлі продовольчими ресурсами, продуктами їх первинної переробки. Паралельно спостерігається процес зниження присутності регіонів України в торгівлі продовольчими товарами. Це не може не позначитися відповідним чином на зовнішньоекономічних можливостях українських регіонів.

Проте аналіз показує, що Україна має певні сприятливі передумови для підвищення рівня конкурентоспроможності продовольчої продукції й у цілому економіки. Територія більшості регіонів країни має великий природно-ресурсний потенціал, що є базовим елементом продовольчого потенціалу.

Іншим важливим компонентом, що є сильною стороною продовольчого потенціалу України, є її трудові ресурси. Країна не відчуває нестачі робочої сили. Важливим є й те, що в країні зберігається досить високий освітній рівень економічно активного населення при відносно низькій його оплаті.

В остаточному підсумку, можна стверджувати, що умовами зміцнення позицій економіки у світовому господарстві виступають, з одного боку, будь-яка опора на наявні конкурентні переваги, а з другого — вихід на новий рівень конкурентоспроможності, що базується на інвестиціях та інноваціях.

Велике значення для формування сучасного потенціалу продовольчого ринку регіону має фактор міжрегіональної конкуренції усередині країни за вихід на світовий ринок. Ми вважаємо, що останнє безпосередньо залежить від макроекономічної і структурної політики й обумовлено спрямованістю стратегії територіального розвитку країни. Головною проблемою тут є посилення неоднорідності розвитку регіонів у зв'язку з різними наявними в них експортними можливостями. В умовах України конкурентна боротьба між її суб'єктами за можливості використання переваг міжнародного поділу праці має різні наслідки. Господарство одних регіонів уже займає певні позиції у світовій економіці, господарство ж інших поки знаходиться в пошуку своєї ніші на зовнішніх ринках. І така різниця між регіонами за ступенем розвиненості експорту продовольчої продукції значною мірою впливає на їхнє фінансово-економічне становище через одержуваний прибуток.

Сучасний потенціал регіональних продовольчих ринків справляє істотний вплив на фінансово-економічний стан і обсяг продовольчого виробництва територій країни.

Усі ці розбіжності є об'єктивною основою для регіональної диференціації України за рівнем розвитку конкурентних факторів продовольчих

ринків. Необхідно підкреслити думку про збереження несприятливого конкурентного середовища, чутливого до коливань світової кон'юнктури і провокуючого розвитку міжрегіональної конкуренції за одержання порівняльних переваг на економічному просторі країни. Наслідком проходження подібних процесів у країні, на думку Л.Б. Вардомського, стало зростання "конфлікту інтересів регіонів, які широко орієнтуються на зовнішні ринки і мають значні валютні кошти, і регіонів, господарство яких звернене переважно на внутрішній ринок і не має відчутних порівняльних переваг у системі світового господарства" [4, с. 56]. Таким чином, регіонам при розробці стратегії розвитку продовольчого потенціалу слід не тільки добре орієнтуватися в ситуації зміни кон'юнктурних процесів на світових ринках, але й враховувати особливості міжрегіональної конкуренції усередині країни за вихід на них.

Розглядаючи регіональні аспекти сучасного потенціалу продовольчого ринку, необхідно відзначити тісну взаємозумовленість згаданих вище умов з питаннями державної регіональної політики. У рамках державної регіональної політики можна виділити низку пріоритетних питань стосовно посилення конкурентних позицій регіонів. Зокрема, це регулювання економічних взаємовідносин між центром і регіонами; стимулювання ділової активності й інвестиційної діяльності; диференційована соціально-економічна політика стосовно різних типів регіонів; тарифна політика; регулювання питань у сфері зовнішньоекономічної діяльності [5, с. 38]. Посилення конкурентних позицій регіонів значною мірою визначене системою гарантій і стимулюючих дій, що підвищує значущість територій для країни в цілому. На наш погляд, створення ефективної системи експортного господарства продовольства регіону потребує найбільш чіткого тлумачення питань регулювання у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

Перспективність побудови високоефективної і конкурентоспроможної економічної стратегії розвитку продовольчого ринку пов'язана з процесами, що відбуваються усередині регіонального господарства. У першу чергу, це стосується сприйнятливої до інновацій економіки. Хід інноваційного процесу регіону обумовлений його проходженням через визначені послідовні стадії господарського розвитку. Вище уже відзначалася роль інновацій для конкурентоспроможності економіки.

Реальне управління конкурентоспроможністю здійснюється на рівні безпосередньо виробників. Саме від фірм, їхнього уміння працювати залежить здатність використовувати не тільки свій внутрішній потенціал, але й створювані регіоном можливості для підтримки конкурентоспроможності економіки. Тобто має бути вироблена конкурентна стратегія стосовно фірм-виробників.

Підсумовуючи, необхідно відзначити, що ураху-

вання даних умов могло б послужити базовою передумовою визначення ступеня впливу і зміни параметрів сучасного потенціалу продовольчого ринку регіону. З огляду на те, що нині більшість регіонів України зацікавлені в проєкспортній політиці в сполученні з помірним протекціонізмом, неминуче доводиться спиратися на диференційовану систему інструментів державної регіональної підтримки потенційно конкурентоспроможних галузей і сегментів економіки, якою і є продовольча галузь.

## ВИСНОВКИ

Поглиблено методологію конкурентоспроможності продовольчої продукції на зовнішньому і внутрішньому ринку продовольства. В результаті окреслення конкурентоспроможності продукції на регіональному продовольчому ринку виявлені її особливості на цих ринках. Основними з них є такі, що залежать від цілей формування конкуренції на основних її рівнях та характеризуються сукупністю параметрів складових галузей: сільського господарства, харчової промисловості та перероблення сільськогосподарської сировини й продукції, обслуговуючої сфери, а також численного арсеналу товаровиробників. Основною метою формування конкурентоспроможності продукції на внутрішньому ринку є забезпечення однорідності якісного (фактично забезпечена техніко-економічна якість продукції) рівня в логістичному ланцюзі формування продукту для кінцевого споживача, а на зовнішньому ринку — забезпечення економічно доцільного експортно-імпортного балансу, за рахунок розвитку конкурентоспроможності вітчизняного товару відносно закордонного.

### Література:

1. Загнітко О., Хахулін В. Законодавче забезпечення розвитку кооперації в Україні // *Право України*. — 2000. — № 11. — С. 66—70.

2. Євчук Л.А. Теоретичні аспекти розвитку конкурентоспроможності підприємств в агропромисловому секторі // *Економіка АПК*. — № 5. — 2005. — С. 120—125.

3. Генеза ринкової економіки (політекономія, мікроекономіка, макроекономіка, економічний аналіз, економічна політика, менеджмент, маркетинг, фінанси, банки, інвестиції, біржова діяльність): Терміни, поняття, персоналії. Укладачі В.С. Істемчук, В.А. Григор'єв, М.І. Манилич, Г.Д. Шутак. За наук. ред. Г.І. Башнянина і В.С. Істемчука. — К.: "Магнолія плюс", 2004. — 688 с.

4. Карпенко Н.В. Господарські зв'язки в інфраструктурному комплексі продовольчого ринку України: Монографія. — Полтава: РВВ ПУСКУ, 2004. — 122 с.

5. Лисецький А.С. Сільськогосподарська рента в АПК: теорія і практика // *Економіка України*. — 2003. — № 10. — С. 37—46.

*Стаття надійшла до редакції 15 січня 2009 р.*